



ร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร
พื้นที่ทิวเขาผีปันน้ำตะวันออก ในเขตจังหวัดอุตรดิตถ์

โดย

ธิดารัตน์ เหมือนเดชา และคณะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

โดยการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

พฤศจิกายน พ.ศ.2562

ร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร
พื้นที่ทิวเขาผีปันน้ำตะวันออก ในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์

ธิดารัตน์	เหมือนเดชา
กัลยรัตน์	คำพรหม
ภาศิริ	เขตปิยรัตน์
ธนเทพ	สุดแสง
ชัชชัย	สุจรีต
รวมพร	มาลา

ภายใต้ชุดโครงการวิจัยโครงการพัฒนานวัตกรรมรูปแบบการสร้างรายได้ด้วยเกษตรมูลค่าสูง
จากระบบวนเกษตรทิวเขาผีปันน้ำตะวันออกบนวิถีการอนุรักษ์พื้นที่ป่าไม้อย่างยั่งยืน

โดยการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
พฤษภาคม พ.ศ.2562

บทสรุปผู้บริหาร

ชื่อโครงการ	การจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร พื้นที่ทิวเขาผีปันน้ำ ตะวันออก ในเขตจังหวัดอุตรดิตถ์
นักวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธิดารัตน์ เหมือนเดชา และคณะ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

บริเวณทิวเขาผีปันน้ำตะวันออก ครอบคลุม ในอำเภอลับแล อำเภอมะนัง และอำเภอท่าปลา ที่มีการทำการเกษตรแบบวนเกษตร (Agro-forestry) ในรูปแบบของการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ดิน และน้ำ จึงเห็นป่าไม้กระจายทั่วไปในพื้นที่สวน หรือเรียกว่าเป็นระบบการทำสวนป่าธรรมชาติ มีความสมบูรณ์ของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ในระบบวนเกษตรมีการปลูกกาแฟแทรกในสวนผลไม้ โดยส่วนใหญ่การเพาะปลูกกาแฟในจังหวัดอุตรดิตถ์ จะมีการปลูกแซมต้นไม้ใหญ่ในสวนทุเรียน สวนยางพารา สวนผลไม้ เนื่องจากกาแฟจะได้รับแสงพอดีกับความ ต้องการ และได้รับแร่ธาตุอาหารและความชื้นที่เพียงพอ ส่งผลให้ต้นกาแฟเจริญเติบโตได้เร็วในระบบวนเกษตร ซึ่งผลผลิตที่ได้จะมีการนำมาขายให้แก่ผู้รับซื้อในพื้นที่ ที่มีจำนวนไม่กี่รายเท่านั้น เกษตรกรไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ๆ เป็นทางเลือก ประกอบกับเกษตรกรในจังหวัดอุตรดิตถ์ส่วนใหญ่ ยังไม่มีการแปรรูปผลผลิตกาแฟ ผลิตภัณฑ์ยังขาดอัตลักษณ์ที่จะช่วยส่งเสริมการขาย การตลาด การยกระดับคุณภาพกาแฟท้องถิ่น ที่จะสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวสินค้า จึงส่งผลให้อำนาจต่อรองในการขายค่อนข้างต่ำ กลไกทางการตลาดที่มีการซื้อ-ขายที่ไม่เป็นธรรมได้ ทั้งๆที่ต้องการในตลาดของกาแฟมีสูงมาก

คณะนักวิจัย และผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ร่วมกันเพื่อดำเนินงานวิจัยให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดอุตรดิตถ์ เนื่องจากมูลค่าทางเศรษฐกิจจังหวัดอุตรดิตถ์เกิดจากผลผลิตทางการเกษตรเกี่ยวข้องกับการผลิตภาคการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ยุทธศาสตร์ที่ 5 เพิ่มศักยภาพการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีการเน้นการเสริมสร้างผู้ประกอบการที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจตลอดจนการส่งออก ซึ่งวัตถุดิบหลักของการแปรรูปก็คือ ไม้ผล เป็นต้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนวคิดในการดำเนินงานวิจัยในการจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตรพื้นที่ทิวเขาผีปันน้ำตะวันออก ในเขตจังหวัดอุตรดิตถ์ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้ทางวิชาการที่สามารถตอบโจทย์การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตกาแฟพืชเศรษฐกิจในระบบวนเกษตร โดยเน้นการบริหารจัดการแบบครบวงจรห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) บนพื้นฐานของศักยภาพ (Potential) และอัตลักษณ์ของกาแฟอุตรดิตถ์

วัตถุประสงค์การวิจัย

- เพื่อศึกษาสถานการณ์การตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุตรดิตถ์
- เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้รับซื้อผลผลิตกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุตรดิตถ์
- เพื่อพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุตรดิตถ์

ระเบียบวิธีวิจัย

การกำหนดระเบียบวิธีการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (methodology) โดยการใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิง

คุณภาพ (Qualitative research) เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods Approach Qualitative and Quantitative Research) แบบ รองรับ ภายใน (Embedded Design) ซึ่งงานวิจัยย่อยเป็นเชิงปริมาณ ภายในการวิจัยหลักเป็นวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้การวิจัยเชิงปริมาณไปสนับสนุนวิจัยหลัก โดยการวิจัยผสมผสานในช่วงของการเก็บข้อมูล และนำผลการวิจัยเชิงปริมาณไปสนับสนุนการวิจัยหลักเชิงพื้นที่ และได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ (1) กลุ่มตัวอย่าง : เกษตรกรเจ้าของสวนกาแฟในระบบวนเกษตรจังหวัดอุดรดิตถ์ ในพื้นที่ตำบลแม่พูล อำเภอลับแล พื้นที่ตำบลบ้านดำนานาขาม อำเภอเมือง และพื้นที่ตำบลนางพญา อำเภอท่าปลา (2) กลุ่มตัวอย่าง : กลุ่มพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อผลผลิตกาแฟในระบบวนเกษตร ในพื้นที่ 3 ตำบล ได้แก่ ตำบลบ้านดำนานาขาม อำเภอเมือง ตำบลแม่พูล อำเภอลับแล และตำบลนางพญา อำเภอท่าปลา จังหวัดอุดรดิตถ์ (3) กลุ่มตัวอย่าง : กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟ ที่เป็นผลผลิตแปรรูปจากวัตถุดิบกาแฟในระบบวนเกษตร โดยกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 385 ราย เครื่องมือที่ใช้ศึกษา ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัย

สถานการณ์การผลิตและตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตรของพื้นที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 พื้นที่ เกษตรกรส่วนใหญ่มีการปลูกทุเรียน ลองกอง กาแฟ ในระบบวนเกษตร โดยการปลูกกาแฟ ส่วนใหญ่จะปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสต้า เนื่องจากความเหมาะสมของพื้นที่ที่เหมาะสมกับพันธุ์โรบัสต้ามากกว่า ให้ผลผลิตสูง และทนทานต่อโรค โดยจะปล่อยให้ต้นกาแฟเติบโตและให้ผลผลิตตามธรรมชาติ ไม่มีการจัดการเรื่องคุณภาพในการปลูก สำหรับการเก็บเกี่ยวกาแฟของเกษตรกร ส่วนใหญ่นิยมเก็บเกี่ยวผลกาแฟสด โดยใช้วิธีการเก็บแบบรูดผลออกจากช่อ แล้วนำมาจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางในรูปแบบผลกาแฟสดทันที ในแบบคุณภาพรวม โดยยังไม่มีมีการแปรรูปใดๆ ส่งผลให้เกษตรกรขายผลผลิตกาแฟได้ราคาที่ย่ำแย่ ส่วนพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ และพ่อค้าคนกลางรายใหญ่ เมื่อซื้อผลกาแฟสดจากเกษตรกรแล้ว จะนำไปแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยการคัดแยกคุณภาพผลเชอร์รี่สด นำไปตากแดด และจำหน่ายต่อไป ส่งผลให้มูลค่าทางเศรษฐกิจที่พ่อค้าคนกลางได้รับสูงกว่าของเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ

ดังนั้นรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมของทั้ง 3 พื้นที่ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าราคาให้เกษตรกรได้รับให้มีมูลค่าที่มากขึ้น จะเป็นรูปแบบการรวมกลุ่มกันของเกษตรกรเพื่อรวบรวมผลผลิตและแปรรูป เพิ่มมูลค่าผลผลิตกาแฟ และจำหน่ายในรูปแบบของกลุ่ม โดยตำบลนางพญาใช้ชื่อกลุ่ม “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟนางพญา” ตำบลบ้านดำนานาขามใช้ชื่อ “กลุ่มผู้ผลิตกาแฟบ้านดำนานาขาม” ตำบลแม่พูลใช้ชื่อกลุ่ม “กลุ่มผลิตกาแฟและกาแฟโรบัสต้าดอยลับแล” โดยทั้ง 3 กลุ่มมีการบริหารจัดการกลุ่ม เพื่อผลิตและเก็บเกี่ยวผลผลิตกาแฟคุณภาพ แล้วจำหน่ายให้กับทางกลุ่ม เพื่อนำมาแปรรูปเพื่อจำหน่าย

โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟนางพญามีการแปรรูปผลผลิตกาแฟเป็นผลิตภัณฑ์กาแฟสารคั่วบรรจุถุง ซึ่งบรรจุถุงละ 500 กรัม ใช้ชื่อตราสินค้า “กาแฟนางพญา” หรือ “Nangphaya coffee” จำหน่ายในราคา 250 บาท

กลุ่มผู้ผลิตกาแฟบ้านดำนานาขามมีการแปรรูปผลผลิตกาแฟเป็นผลิตภัณฑ์กาแฟสารคั่วบรรจุถุง โดยใช้ชื่อตราสินค้า “มาตี@เขาพลึง coffee” โดยจำหน่ายถุงละ 500 กรัม ราคา 150 บาท ส่วนดอกกาแฟจะนำมาแปรรูปให้เป็นชาดอกกาแฟ จากนั้นนำมาบรรจุซอง และกระป๋องชา โดยใช้ชื่อตราสินค้า “Coffee Hill Coffee Blossom Tea” จำหน่ายกระป๋องละ 10 ซอง ราคา 100 บาท

กลุ่มผลิตกาแฟและกาแฟโรบัสต้าดอยลับแล มีการแปรรูปผลผลิตกาแฟเป็นผลิตภัณฑ์กาแฟสารคั่วบรรจุถุง ปริมาณถุงละ 500 กรัม เพื่อจำหน่าย ในราคาถุงละ 300 บาท โดยใช้ชื่อตราสินค้า “กาแฟดอยลับ

แล” และกาแฟสดสำหรับดริป บรรจุกล่อง กล่องละ 6 ซอง โดยใช้ชื่อตราสินค้า “หลงลับแลกาแฟไทย” จำหน่ายกล่องละ 130 บาท และชาดอกกาแฟ จำหน่ายกล่องละ 100 บาท

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จะเน้นการขายตรงในช่วงแรกของการดำเนินการ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเฉพาะกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบการดื่มกาแฟ ชาดอกกาแฟ และซื้อไปเป็นของขวัญ ทั้ง 3 กลุ่มฯ 3 พื้นที่เป็นต้นแบบในการดำเนินการผลิต การเก็บเกี่ยว การคัดเกรดผลผลิต แบบคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลผลิตคุณภาพดี สามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิต และสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่ม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดนโยบาย เพื่อส่งเสริมส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม ภาครัฐควรสร้างความมั่นใจให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการ และควรให้ความสนใจเกษตรกรในเรื่องของการถ่ายทอดเทคโนโลยีต่างๆ รวมถึงการเรียนรู้ขั้นตอนการผลิต การแปรรูป จนถึงขั้นตอนการเก็บเกี่ยว ข้อมูลแนวโน้มทางการตลาด รวมถึงการรักษาผลประโยชน์ของเกษตรกรในการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรให้ได้รับผลตอบแทนสูงสุด รวมทั้งส่งเสริมการรวมตัวของเกษตรกร ในเรื่องเงินทุนอัตราดอกเบี้ยต่ำ และผลประโยชน์ร่วมกันของเกษตรกร

2. ปัจจุบันปัจจัยด้านการแข่งขัน และปัจจัยด้านการตลาดอื่นๆ มีการแข่งขันสูงทั้งในด้านปริมาณและด้านคุณภาพ ดังนั้นหน่วยงานภาคเอกชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ หอการค้าจังหวัดอุดรดิตถ์ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเกษตรกรทั้ง 3 กลุ่มในพื้นที่ ควรสนับสนุน ส่งเสริม เอื้ออำนวยช่องทางการตลาด ปรับปรุงพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ในการตอบสนองความต้องการของตลาด และผู้บริโภค ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือ คำแนะนำและข้อเสนอแนะจากหลายๆ ฝ่าย โดยเฉพาะท่านผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ จากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ ผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ในการแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ให้ข้อเสนอแนะแนวคิดต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ รวมถึงการติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ ที่ให้ทุนอุดหนุนงานวิจัย ขอขอบคุณ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ที่ให้การสนับสนุน และอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัยเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟในระบบวนเกษตร ในพื้นที่ตำบลบ้านด่านนาขาม ตำบลแม่พูล ตำบลนางพญา กลุ่มพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อผลผลิตกาแฟ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟ และองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 3 พื้นที่ ที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูล และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิจัย และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

นอกจากนี้แล้ว ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ของสถาบันฯทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัยให้กับคณะวิจัย

ธิดารัตน์ เหมือนเดชา และคณะ
พฤศจิกายน 2562

ชื่อโครงการ	การจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร พื้นที่ทิวเขาผีปันน้ำ ตะวันออก ในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์
นักวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธิดารัตน์ เหมือนเดชา และคณะ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุดรดิตถ์ (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้รับซื้อผลผลิตกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุดรดิตถ์ และ (3) เพื่อพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร จังหวัดอุดรดิตถ์

วิธีดำเนินการวิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบรองรับภายใน ซึ่งงานวิจัยย่อยเป็นเชิงปริมาณ ภายในการวิจัยหลักเป็นวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้การวิจัยเชิงปริมาณไปสนับสนุนวิจัยหลักให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น โดยการวิจัยผสมผสานในช่วงของการเก็บข้อมูล และนำผลการวิจัยเชิงปริมาณไปสนับสนุนการวิจัยหลักคุณภาพเชิงพื้นที่ เครื่องมือที่ใช้ศึกษา ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ เกษตรกรเจ้าของสวนกาแฟในระบบวนเกษตรในพื้นที่ ตำบลนางพญา ตำบลบ้านด่านนาขาม และตำบลแม่พูล จังหวัดอุดรดิตถ์ กลุ่มพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อกาแฟในระบบวนเกษตร กลุ่มผู้ประกอบการร้านจำหน่ายกาแฟสด กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟ ตลอดจนบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีความสำคัญในการจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟในระบบวนเกษตร เพื่อทราบสถานการณ์การตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟ พฤติกรรมผู้รับซื้อผลผลิตกาแฟ และการพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่าย โดยดำเนินกระบวนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรยังมีความเสียเปรียบทางการค้าในเชิงเศรษฐกิจ เนื่องจากเกษตรกรจะจำหน่ายผลผลิตกาแฟในลักษณะผลผลิตสดทันทีกับพ่อค้าคนกลาง ในลักษณะคุณภาพรวม โดยไม่มีการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าใดๆ จากนั้นกลุ่มพ่อค้าคนกลางจึงนำผลผลิตกาแฟไปแปรรูปเพิ่มมูลค่าก่อนจำหน่ายต่อไป ส่งผลให้มูลค่าทางเศรษฐกิจที่พ่อค้าคนกลางได้รับสูงกว่าของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าราคาที่เกษตรกรได้รับให้มีมูลค่าที่มากขึ้น เกษตรกรทั้ง 3 พื้นที่จะต้องมีรูปแบบการผลิตกาแฟโดยเน้นคุณภาพ มีการรวมกลุ่มกันเพื่อรวบรวมผลผลิตและแปรรูป เพิ่มมูลค่าผลผลิตกาแฟ มีการสร้างตราสินค้าของกลุ่มเพื่อทำการตลาด และจำหน่ายผลผลิตแปรรูปในรูปแบบของกลุ่ม ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิต สร้างรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่ม เกิดเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเองของชุมชน และสร้างความตระหนักรู้ให้คนในชุมชน เกิดการเรียนรู้การพึ่งตนเอง และสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

Title	Management of crop marketing in coffee agroforestry systems In Uttaradit province
Researcher	Asst. Prof. Thidarat Mueandacha and others

Abstract

The objectives of this research are (1) To study the situation of economic crop market in agroforestry system in Uttaradit province (2) To study the behavior of the buyers of coffee products in the agroforestry system Uttaradit (3) To develop a model for the distribution of coffee economic crops in agroforestry system Uttaradit

Research methodology used quantitative research methods. And qualitative research Internal support Which the sub-research is quantitative Within the main research is qualitative research. To enable quantitative research to support primary quality research By integrating research in the period of data collection. And using quantitative results to support spatial quality. Research Study tools Consisting of interview forms, questionnaires and group discussions.

Population and samples used in the research are Farmers who own coffee plantations in the agroforestry system in Nang Phaya Subdistrict, Ban Dan Na Kham Subdistrict And Mae Poo district Uttaradit, A group of middlemen who buy coffee in agroforestry systems, Coffee shop operators group, Consumer groups, coffee, tea flower products. As well as relevant parties that are important in the management of the coffee plant economic market in the agroforestry system to know the market situation of the coffee plant economy, Behavior of coffee product buyers and the development of distribution channel formats by conducting the sample selection process using specific sampling methods.

The research found that Farmers still have economic disadvantage in trade. Because farmers will sell coffee in the form of fresh produce immediately to middlemen in total quality characteristics without any privatization to increase value. After that, the middleman group then processed the coffee products to increase the value before selling. As a result, the economic value that middlemen receive is higher than that of coffee growers. Therefore, in order to increase the price that farmers receive to have more value, farmers in all 3 areas must have a form of coffee production with emphasis on quality. There are groups together to gather produce and transform, increase the value of coffee. There is a branding of the group for marketing and distribute processed products in the form of groups. Enable to increase the value of the product generate income for group members. The self-reliant economy of the community and raising awareness in the community. Learning to be self-reliant and create sustainable income.

สารบัญ

บทที่		หน้า
	บทสรุปผู้บริหาร	ก
	กิตติกรรมประกาศ	ง
	บทคัดย่อ	จ
	Abstract	ฉ
	สารบัญ	ช
	สารบัญตาราง	
	สารบัญภาพ	
1	บทนำ	1
	ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
	คำถามวิจัย	3
	วัตถุประสงค์	3
	เป้าหมายและการวัดผลสำเร็จของโครงการวิจัย	3
	ขอบเขตของการวิจัย	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
	ผลกระทบของโครงการ	5
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
	แนวคิดเกี่ยวกับระบบและการจัดการการตลาด	6
	แนวคิดการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย	21
	แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	35
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	41
	แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตกาแฟในระบบวนเกษตร	55
	ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	65
3	วิธีดำเนินการวิจัย	67
	วิธีดำเนินการวิจัย	67
	ขอบเขตการวิจัย	69
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	71
	การวิเคราะห์ข้อมูล	71
	การทดสอบเครื่องมือ	72
	การวิเคราะห์ข้อมูล	74
4	ผลการศึกษา	75
	ผลการศึกษาสถานการณ์การตลาดพืชเศรษฐกิจกาแฟและชาดอกกาแฟในระบบวนเกษตร	75
	ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้รับซื้อผลผลิตกาแฟในระบบวนเกษตร	89
	ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟในระบบวนเกษตร	100
	ผลการศึกษาารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่าย	110

ผลการศึกษการสร้างตราสินค้า	131
5 สรุปผลการวิจัย	151
สรุปผลการวิจัย	151
บทเรียน ปัจจัยความสำเร็จ ประโยชน์และคุณค่าจากวิจัย	154
อภิปรายผล	156
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	162